Les Pàgines Grogues que groguegen...

Josep Maria Canyelles*

Algunes empreses incorporen criteris polítics més que comercials: el cas de la pàgines grogues de Telefónica serveix d'exemple per a comprendre que la responsabilitat social d'algunes companyies encara no ha abordat aspectes centrals de la seva cultura d'empresa tradicional.

Les dades semblen confirmar que aquelles empreses que van formar part del sector públic espanyuol mantenen una cultura vinculada als interessos estatalistes. Això comporta que aquestes empreses continuen 'fent política', i que una part del seu comportament empresarial sols es pot entendre des d'aquesta perspectiva.

De fet, hauríme de considerar que en la mesura que aquestes companyies tenen aquesta conducta viciada en el seu ADN corporatiu i, també, en la mesura que operen en un estat espanyol caracteritzat per la seva multiculturalitat i plurinacionalitat, una de les dimensions centrals de la seva responsabilitat social hauria de fer referència al seu comportament en referència a aquestes matèries.

Tanmateix, la realitat ens mostra que la seva RSC es limita a parlar del CO2 i altres indicadors estàndard però que no tenen el coratge d'abordar aquells aspectes on sovint les males pràctiques continuen sent la seva ensenya.

Algunes persones expressen l'opinió optimista segons la qual, malgrat l'existència d'una certa rèmora del franquisme, el futur anirà superant el present. Aquesta visió esperançada seria possible si realment es tractés d'un deix del passat. Però és que, a més del pòsit cultural, s'hi evidencien conductes polítiques amb intenció nítida.

Per posar un exemple, hem analitzat la Guia de les Pàgines Grogues que Telefónica edita en format per al cotxe. Hem agafat les edicions del 2003-2004, 2007-2008, 2008-2009, i 2009-2010, les quals ens han servit per a observar com els canvis han estat constants i sempre en la mateixa direcció. Tot el poc que s'havia avançat, s'ha anat fent enrere. Per cert, que no costa gaire observar la coincidència amb l'augment de la tensió política per l'elaboració del nou Estatut de Catalunya. Els canvis s'han anat fent de forma gradual, una mica més en cada edició, cosa que recorda les paraules de "*Que se consiga el efecto sin que se note el cuidado*"[1].

[1] "...pero como a cada Nación parece que señaló la Naturaleza su idioma particular, tiene en esto mucho que vencer el arte y se necesita de algún tiempo para lograrlo, y más cuando el genio de la Nación com el de los Catalanes es tenaz, altivo y amante de las cosas de su País, y por esto parece conveniente dar sobre esto instrucciones y providencias muy templadas y disimuladas, de manera que se consiga el efecto sin que se note el cuidado..." (De la "Instrucción secreta" que el fiscal del Consejo de Castilla, don José Rodrigo Villalpando, trasmeté als corregidors del Principat de Catalunya el 29 de gener de 1716).

Evolució de les **portades** de les pagines grogues per al cotxe 2003-2010

2003-04

2007-08

2008-09

2009-10

Mentre que a l'edició 2004-2004 la portada és en català (incloses les pestanyes laterals), a la darrera edició (2009-2010) el català ja no hi apareix en absolut. Entremig podem observar l'evolució: a l'edició 2007-2008 el castellà en solitari denomina la guia però hi ha una explicació en totes dues llengües (en castellà primer). Al 2008-2009 se segueix el mateix patró de l'edició anterior però el text català ja apareix amb una lletra més discreta davant la negreta castellana. A l'edició vigent ja s'ha consumat la desaparició del català a la portada.

Evolució dels **topònims** de les pagines grogues per al cotxe 2003-2010

Les denominacions bilingües de ciutats valencianes, presents a l'edició del 2003-2004, desapareixen per sempre en les edicions següents.

Així, en el mapa ja no s'hi pot trobar denominacions com Castelló de la Plana, Alacant, Elx, Orpesa, Vila Joiosa, etc.

Palma abandona la denominació oficial i esdevé la incorrecta *Palma de Mallorca*. *Deià* sempre es mostra com a *Deyá*.

Ciutadella abandona la denominació oficial i la tradueixen a *Ciudadela*. Finalment opten per una fórmula mixta: *Ciutadela* afegint-li incorrectament '*de Menorca*'. Com a única nota positiva cal fer notar que *Mahón* passa a *Maó* i per ara es manté amb la denominació autòctona.

Cal fer notar com a nota curiosa que aquestes evolucions sols es produeixen en territoris de llengua catalana. Els topònims gallecs tenen la sort de mostrar-se estables, i també els de llengua basca, excepte *Pamplona/Iruña* (edició 2003-2004) que posteriorment passa a *Pamplona*.

Evolució del **bilingüisme** de les pagines grogues per al cotxe 2003-2010

2003-04

2007-...

A l'edició del 2003-2004 el bilingüisme es resolia amb la peculiaritat de concedir al català la posició davantera però marcant-lo amb lletra cursiva, creant l'estranya sensació que *ciudad* però també *Barcelona* están en castellà, i el mot *ciutat* en català és incrustat enmig. D'aquesta insòlita situació es passa al 2007-2008 a la preeminència clara del castellà, amb la posició capdavantera i la negreta, mentre que el català queda en cursiva i sense el sintagma sencer: ja no és ni *Barcelona ciutat* sinó merament la traducció d'una part de l'expressió **Barcelona ciudad**.

Evolució del **bilingüisme** de les pagines grogues per al cotxe 2003-2010

Pel que fa a l'índex de classificació per activitats, la llengua catalana ocupava la primera posició al 2003-2004 mentre que al 2007-2008 i posteriors ocupa la segona posició i sense la lletra destacada en negreta.

Però el que encara és més greu és la priorització en la classificació de cada activitat: mentre que a l'edició del 2003-2004 per cercar *Bugaderies* cal anar a la lletra B, al 2007-2008 i posteriors, per a fer aquesta mateixa cerca cal anar a la lletra L de *Lavandería*, obligant a haver de renunciar a l'ús de l'ús de la llengua del país ja que s'ha de pensar l'accés a les activitats pensant en els termes de referència castellans.

2007-...

2003-04

2007-…

La darrera observació a fer és la insistència a dir-ne *Páginas Amarillas* i no traduir aquesta marca comercial que d'altra sempre la gent sempre ha traduït. Les *pàgines grogues* ha estat una expressió de tota la vida. Fins i tot en aquella època en què per a referir-nos a la guia telefònica fèiem servir el barbarisme *llistín*, les pàgines grogues eren les pàgines grogues! És com aquelles marques que han esdevingut genèrics i han passat a formar part de la terminologia de la llengua, com ara l'aspirina... Seguint amb aquesta analogia, voler imposar el Páginas Amarillas no és solament una pràctica anticomercial sinó que diríem que no hi tenen dret perquè fa temps que és una denominació popular. La imposició de marques monolingües en serveis d'interès públic no es correspon a una actitud respectuosa ni socialment responsable. De la mateixa manera que succeeix amb Correos. Són imposicions que en estats compostos i democràtics com Suïssa o Bèlgica mai no podrien passar.

* **Josep Maria Canyelles** jmcanyelles@collaboratio.net, promotor del *think tank* www.ResponsabilitatGlobal.com

Aquest article es troba disponible a: www.collaboratio.net/mm/File/ca/Art.jmcanyelles_Pagines_grogues.pdf